PRIMER GLOSARIO DE

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

EN ESPAÑOL

Por ~~By~~ Estanislao Echazú / Ramiro Rodríguez

Barcelona, 2018.

Prólogo

La especialización y el perfeccionamiento generan que los profesionales utilicen ciertos tecnicismos, lo que muchas veces conlleva a reproducir términos en otra lengua. El campo de la comunicación organizacional, la publicidad y la mercadotecnia se encuentra plagado de extranjerismos que son adoptados y utilizados de manera natural en la labor cotidiana de los medios de comunicación y la prensa especializada.

Conscientes de esto, el *Primer glosario de comunicación estratégica en español* se presenta con alternativas a todos aquellos términos en inglés, al mismo tiempo que define de manera concisa cada uno de los conceptos y propone una red de palabras vinculantes que buscan ampliar la visión referencial de su lector.

Si bien existen términos equivalentes para los extranjerismos que son propios de la comunicación estratégica, muchos de estos aún resultan poco familiares o completamente desconocidos. En función de esta realidad es que se apela al rol educador que tiene la prensa sobre la sociedad en lo que refiere a la promoción y preservación de la lengua española.

Son los trabajadores de la prensa quienes asumen diariamente el compromiso y la responsabilidad de informar a sus públicos, evitando el uso innecesario de anglicismos y utilizando siempre las alternativas en español que propone este glosario.

Estanislao Echazú / Ramiro Rodríguez
Directores de Comunicación

above the fold / primer pantallazo.
Anuncio publicitario colocado en la parte superior visible de una página web. (Ver *banner*).

above the line / sobre la línea.
Acción publicitaria que se realiza en los medios de comunicación convencionales: periódico, revista, radio, televisión o cine. (Ver *below the line*).

abstract / resumen.
Representación abreviada, objetiva y precisa del contenido de un documento o recurso.

account supervisor / supervisor de cuentas.
Profesional de una agencia de publicidad cuya misión es mantener óptima la relación con los clientes de la empresa.

ad copy / texto publicitario.
Redacción creativa que tiene como objetivo vender un producto o servicio, a diferencia del texto utilizado para cualquier otro fin, como informar o entretener. (Ver *baseline*, *body copy*, *copy*, *copywriter* y *slogan*).

ADSL / Línea de Abonado Digital Asimétrica.
Tecnología de transmisión digital por triple banda ancha de alta velocidad, a través de una línea telefónica, fibra óptica y un módem decodificador inalámbrico de señales asimétricas.

advergaming / publicidad en videojuego.
Técnica que consiste en incluir una marca o un producto en un videojuego.

advertising / publicidad.
Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores o usuarios.

advertorial / publicidad editorial.
Anuncio que apuesta a prestar la información diseñada de manera que se integra con el resto del periódico.

AI / inteligencia artificial.
Inteligencia exhibida por máquinas que imitan funciones cognitivas asociadas a las personas.

ambient marketing / mercadotecnia ambiental.
Conjunto de acciones que se funden con el entorno, utilizando elementos cotidianos como soporte de comunicación.

ambush marketing / mercadotecnia de emboscada.
Publicidad que aprovecha un evento de masas para ofrecer descuentos, regalar objetos de marca o impactar, con el único fin de generar viralidad.

AMPS / Sistema de Telefonía Móvil de Primera Generación.
Tecnología analógica de telecomunicación de primera generación, también llamada 1G. (Ver GPRS y UMTS).

animatic / animático.
Herramienta visual que mediante dibujos en movimiento intenta representar la secuencia que podría tener una pieza audiovisual.

app / aplicación móvil.
Programa informático diseñado como herramienta que permite al usuario realizar diversos trabajos en distintos soportes. (Ver *smartphone*).

art director / director de arte.
Profesional responsable de dirigir los equipos de diseño artístico y de producción en toda clase de obras que contengan aspectos visuales y/o sonoros.

ASCII / Código Estándar Estadounidense para el Intercambio de Información.
Código de caracteres basado en el alfabeto latino.

assistant / asistente.
Ayudante o asesor de un área de la organización o consultoría de comunicación.

astroturfing / estrategia de posverdad.
Técnica comunicativa empleada por organizaciones que consiste en la creación de movimientos de base falsos que se utilizan para manipular y difundir todo tipo de información, influyendo a los periodistas y la opinión pública. (Ver *lobbying*).

b2b / negocio a negocio.
Comunicación referida desde una organización hacia otras organizaciones.

b2c / negocio a consumidor.
Comunicación referida desde las organizaciones hacia el consumidor.

back-end / modo administrador.
Área administrable de un sitio web en la que se crean y gestionan los contenidos. Solo es accesible para el administrador o los usuarios autorizados. (Ver *front-end*).

background / antecedentes.
Antecedentes e historial de un producto o servicio, así como de una campaña de comunicación.

backlog / lista de tareas.
Pedidos que aún no han sido entregados.

backup / copia de seguridad.
Respaldo de datos originales fuera de la infraestructura que se realiza con el fin de disponer de un medio para recuperarlos en caso de su pérdida.

banner / banderola digital.
Espacio informativo o publicitario en internet que le aparece al usuario sin solicitarlo. (Ver *above the fold*).

bartering / intercambio publicitario.
Intervención del anunciante en el contenido del programa televisivo mediante una producción audiovisual propia elaborada para su emisión.

baseline / frase comunicacional.
Frase breve y expresiva que acompaña siempre a la marca en todos los soportes de comunicación que se utilizan para promocionarla. (Ver *ad copy*, *body copy*, *copy*, *copywriter* y *slogan*).

below the line / bajo la línea.
Acción publicitaria que se realiza fuera de los medios de comunicación convencionales: publicidad directa, publicidad exterior, promoción y relaciones públicas. (Ver *above the line*).

benchmarking / comparación referencial.
Técnica de evaluación de planes y estudios periódicos comparativos sobre la imagen de una organización con respecto a otra de la competencia.

big data / macrodatos.
Enorme cantidad de datos generados por la actividad de las personas en internet, que son analizados y transformados en información útil y accionable.

big ideal / gran idea.
Modelo estratégico que busca comunicar una marca, producto, servicio o concepto al público mediante la creación de un fuerte mensaje. (Ver *bulls eye*, *brand funnel*, *brand idea*, *brand key* y *brand wheel*).

billboard / valla publicitaria.
Anuncio de publicidad que se realiza en la vía pública y que consiste en un cartel de grandes dimensiones. (Ver *poster* y *street marketing*).

billing marketing / mercadotecnia de facturación.
Utiliza las facturas para comunicar mensajes comerciales altamente personalizados a través de envíos segmentados e ineludibles.

body copy / cuerpo de texto.
Texto que detalla el beneficio del producto o servicio que se ofrece en un anuncio. (Ver *ad copy, baseline*, *copy*, *copywriter* y *slogan*).

bookmarks / marcadores.
Páginas web en las que el usuario puede incluir sus páginas favoritas a modo de enlace directo.

bootcamp / seminario intensivo profesional.
Entrenamiento extremo en cualquier área específica de negocio. (Ver *outdoor training*).

bot / bot.
Programa informático que efectúa automáticamente tareas repetitivas a través de internet. (Ver *cloacking*).

bottom line / balance final.
Herramienta que permite la evaluación de resultados.

brainstorming / lluvia de ideas.
Técnica de grupo que cualitativamente ofrece la mayor cantidad posible de ideas para desarrollar con creatividad un mensaje enmarcado en la estrategia comunicativa.

brand / marca.
Nombre que una empresa se da a sí misma o a sus productos o servicios. (Ver *brand equity, brand impact* y *branding*).

brand awareness / consciencia de marca.
Métrica que mide cuánto y cómo una marca es reconocida por los consumidores. (Ver *brand recall*, *brand recognition* y *top of mind*).

brand equity / valor de marca.
Valor que los consumidores perciben en una marca por sus características que la hacen notoria o superior a las demás. (Ver *brand*, *brand impact* y *branding*).

brand funnel / embudo de marca.
Modelo estratégico que analiza los atributos, beneficios o funciones, personalidad y esencia de la marca, dando como resultado una mayor oportunidad de negocio. (Ver *big ideal*, *brand eye*, *brand idea*, *brand key* y *brand wheel*).

brand idea / idea de marca.
Frase que cautiva a través de su significado evocador y resuelve tanto el problema de comunicación de la marca como el deseo de transmitir su esencia a los consumidores durante un largo periodo de tiempo. (Ver *big ideal*, *brand eye*, *brand funnel*, *brand key* y *brand wheel*).

brand impact / impacto de marca.
Impacto que las marcas tienen en sus diferentes mercados. (Ver *brand*, *brand equity* y *branding*).

brand key / beneficio clave.
Modelo de posicionamiento que transmite la esencia de la marca a través de la decodificación de factores externos e internos del producto, servicio u organización. (Ver *big ideal*, *brand eye*, *brand funnel*, *brand idea* y *brand wheel*).

brand recall / reconocimiento de marca.
Capacidad de reconocer la marca como parte de una categoría. (Ver *brand awareness*, *brand recognition* y *top of mind*).

brand recognition / recuerdo de marca.
Capacidad de recordar la marca por sus atributos o características. (Ver *brand awareness*, *brand recall* y *top of mind*).

brand wheel / rueda de marca.
Modelo estratégico empleado para resumir gráficamente la esencia de marca, sus ideas secundarias y el territorio que abarca. (Ver *big ideal*, *bulls eye*, *brand funnel*, *brand idea* y *brand key*).

branded content / contenido de marca.
Contenido vinculado a una marca que permite conectarla con el consumidor.

branding / construcción de marca.
Proceso que permite crear la identidad de la marca.

breadcrumbs / migas de pan.
Guía textual que colabora a navegar por la web y mostrar su profundidad a través de palabras orientativas.

brief / documento base.
Contiene toda la información necesaria para poder comprender el encargo que una organización, ente o persona le hace a cualquier profesional para el desarrollo de un proyecto. (Ver *briefing* y *contrabriefing*).

briefing / producción del documento base.
Proceso de conformación y definición del documento base. (Ver *brief* y *contrabriefing*).

broadcaster / locutor.
Persona que tiene por oficio hablar por radio o televisión para dar noticias, realizar anuncios publicitarios o presentar programas. (Ver *broadcasting*).

broadcasting / radiodifusión.
Servicio de emisoras de señales de radio y televisión al público general.

bulls eye / tiro al blanco.
Modelo estratégico utilizado para posicionar una marca partiendo de la ventaja competitiva hacia los valores y las razones para creer en la marca. (Ver *big ideal*, *brand idea*, *brand funnel*, *brand key* y *brand wheel*).

bus mailing / buzoneo multitemático.
Técnica de mercadotecnia directa que consiste en enviar varios mensajes comerciales diferentes en el mismo soporte impreso o digital, con repartición de costes entre las organizaciones participantes. (Ver *mailing*).

bus phoning / telefoneo multitemático.
Técnica de mercadotecnia telefónica que consistente en preguntar a un determinado público sobre varios temas que resultan de interés para diferentes organizaciones. (Ver *telemarketing*).

buzz marketing / mercadotecnia de rumores.
Interacción de los consumidores y usuarios sobre un producto o servicio, aprovechando los rumores que se propagan rápidamente. (Ver *marketing*).

c2b / consumidor a negocio.
Comunicación referida desde el consumidor a la organización.

c2c / consumidor a consumidor.
Comunicación referida entre consumidores de una o varias organizaciones.

call center / centro de llamadas.
Se trata de la oficina donde un grupo de personas específicamente entrenadas se encarga de brindar algún tipo de atención o servicio telefónico.

casting / castin.
Selección de profesionales para realizar un rodaje o grabación publicitaria.

CCD / Dispositivo de Carga Acoplada.
Dispositivo digital que detecta y transmite imágenes a nivel audiovisual o digital.

CD-ROM / Cederrón.
Disco compacto con el que utilizan rayos láser para leer información en formato digital. (Ver DVD).

check list / lista de control.
Repertorio que enumera todos los apartados que deben verificarse en alguna de las fases de un proyecto de una organización.

chief communications officer / director de comunicación.
Profesional que se encarga de gestionar la comunicación de la organización. Según el país y el contexto, el CCO puede ser también llamado gerente, director, coordinador o jefe de comunicación.

clipping / recorte.
Seguimiento periódico en los medios de comunicación para el posterior recorte impreso y digital de informaciones, noticias y estadísticas que afectan a una determinada organización. (Ver *monitoring*).

cloacking / encubrimiento.
Método de programación que determina si el visitante de una página web es un robot o una persona. (Ver *bot*).

cloud computing / computación en la nube.
Servicios de computación en internet. (Ver *grid computing*).

CMOS / Semiconductor Complementario de Óxido Metálico.
Dispositivo digital que detecta y transmite imágenes.

coaching / entrenamiento ejecutivo.
Método que consiste en acompañar, instruir y entrenar a la dirección de una organización con el objetivo de desarrollar habilidades específicas.

co-branding / asociación de marcas.
Unión de las fuerzas de dos marcas para ofrecer un producto o un servicio en conjunto, e impulsar su valor y rentabilidad. (Ver *joint venture*).

cold list / lista fría.
Conjunto de fichas de individuos o grupos sin antecedentes de compra.

communication mix / comunicación combinada.
Combinación de diferentes medios informativos y publicitarios para transmitir mensajes.

communication offline / comunicación sin conexión.
Comunicación ofrecida a los usuarios a través de afiches, volantes y productos derivados. (Ver *communication online*).

communication on demand / comunicación bajo demanda.
Comunicación solicitada por un cliente en función de sus necesidades e intereses. (Ver *video on demand*).

communication online / Comunicación en línea.
Comunicación ofrecida a los usuarios a través de soportes digitales. (Ver *communication offline*).

community manager / responsable de redes sociales.
Profesional de una organización cuyas funciones son gestionar, potenciar y fomentar la actividad e interactividad entre los usuarios de las distintas comunidades virtuales.

concept board / guion conceptual.
Herramienta de investigación que consiste en la articulación de palabras e imágenes que ilustran una estrategia de comunicación o una idea de producto o servicio. (Ver *key visual*, *mood board* y *storyboard*).

consumer benefit / beneficio del consumidor.
Beneficio que se ofrece al consumidor en un anuncio publicitario.

consumer empowerment / consumidor empoderado.
Consumidor con el poder de interferir en el desarrollo de un producto o un servicio basándose en sus necesidades y deseos.

consumer insight / aspectos ocultos del consumidor.
Revelación de la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores que generan oportunidades de nuevos productos y estrategias de comunicación para las organizaciones. (Ver *insight*).

contactless payment / pago sin contacto.
Sistema de pago sin contacto que permite realizar una compra mediante tecnologías de identificación por radiofrecuencia incorporadas en diferentes soportes y dispositivos. (Ver NFC).

contrabriefing / validación del documento base.
Proceso en el que el profesional de comunicación revisa y evalúa la información que se le ha suministrado en el documento base y determina si el encargo es o no viable. (Ver *brief* y *briefing*).

coolhunter / cazador de tendencias.
Profesional de la mercadotecnia y/o publicidad cuya misión es realizar estudios de tendencias vinculadas al consumo de productos o servicios.

copy / texto creativo.
Texto realizado por el redactor creativo que tiene relación con los aspectos gráficos o pictóricos en una publicación. (Ver *ad copy*, *baseline*, *body copy*, *copywriter* y *slogan*).

copyright / derecho de autor.
Ejemplar oficial de una producción impresa, digital o audiovisual con derecho a su reproducción. (Ver *Creative Commons*).

copywriter / redactor creativo.
Estratega que tiene la responsabilidad sobre la idea de la campaña y los textos creativos que se van a comunicar. (Ver *ad copy*, *baseline*, *body copy*, *copy* y *slogan*).

core business / competencia distintiva.
Se refiere a aquella actividad capaz de generar valor y que resulta necesaria para establecer una ventaja competitiva beneficiosa para la organización.

co-sourcing / colaboración de terceros.
Proceso de negocio que es llevado a cabo por trabajadores internos y recursos externos que tienen un conocimiento especializado. (Ver *outsourcing*).

cover / versión.
Es una nueva interpretación de una canción grabada previamente por otro artista.

coworking / cotrabajo o trabajo cooperativo.
Forma de trabajo que posibilita a profesionales independientes, emprendedores y pequeñas empresas de diferentes sectores compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar proyectos independientes o conjuntos.

coworking / trabajo compartido.
Forma de trabajar que une a dos o más profesionales u organizaciones.

cracker / cráker.
Persona con sólidos conocimientos informáticos capaz de introducirse sin autorización en sistemas ajenos con fines delictivos. (Ver *hacker*, *pharming* y *phishing*).

Creative Commons / Comunes Creativos.
Organización sin fines de lucro dedicada a promover el acceso y el intercambio de cultura. (Ver *copyright*).

cross-channel strategy / estrategia multicanal.
Estrategia que posibilita que un cliente experimente y combine distintos canales en un proceso de compra. (Ver *experiential marketing* y *tryversiting*).

cross-media marketing / mercadotecnia de multimedios.
Estrategia en la que se utilizan diferentes canales, medios y soportes para lanzar un mismo mensaje.

crowfunding / micromecenazgo.
Mecanismo colaborativo que demanda fondos, recursos o donaciones privadas para su posterior utilización en proyectos. (Ver *fundraising*).

DAB / Transmisión Digital de Audio.
Estándar de emisión de radio digital diseñado para receptores tanto de uso doméstico como portátiles.

deadline / plazo de entrega.
Fecha límite para la finalización de un proyecto. (Ver *timing*).

design thinking / pensamiento de diseño.
Metodología para crear productos y servicios que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los clientes o usuarios.

desktop video / mesa de montaje.
Tecnología que permite magnética o digitalmente todo tipo de combinaciones normalizadas de imágenes y sonidos.

discount / descuento publicitario.
Disminución que concede el medio de comunicación al anunciante o a la consultora sobre el importe total o parcial de la inversión publicitaria realizada.

display / caja expositora.
Soporte físico que sirve para exhibir una muestra publicitaria de una organización. (Ver *stopper*).

DVD / Disco Versátil Digital.
Disco óptico para el almacenamiento de datos. (Ver CD-Room).

e-book / libro electrónico.
Versión digital de un libro. (Ver *e-reader*).

e-commerce / comercio electrónico.
Transacción de bienes y servicios a través de medios informáticos. (Ver *m-commerce* y *s-commerce*).

e-mail / correo electrónico.
Sistema de transmisión personal de mensajes digitales a través de diferentes soportes tecnológicos conectados a internet.

EMS / Servicio de Mensajería Mejorado.
Sistema de aumento y transmisión de mensajes normalizados entre teléfonos móviles. (Ver *e-mail*, MMS y SMS).

ENG / Captación Electrónica de Noticias.
Técnica audiovisual y digital para la captación electrónica de noticias.

engagement / enganchamiento.
Participación que las marcas buscan de sus consumidores.

e-reader / lector de libros electrónicos.
Aparato que permite leer la versión digital de un libro.
(Ver *e-book*).

experiential marketing / mercadotecnia experiencial.
Se basa en que un cliente elige un producto o servicio por la vivencia que se le ofrece antes de la compra y durante su consumo.

eye tracking / seguimiento visual.
Método para medir y mejorar la usabilidad de un sitio web a través del análisis del movimiento de ojos que realiza una persona cuando obtiene información de la pantalla.

fair play / juego limpio.
Comportamiento leal y correcto en la comunicación de una organización.

fanpage / página de seguidores.
Red social de Facebook destinada a las empresas o personas emprendedoras que desean comunicar sus productos y servicios. Permite una interacción con sus seguidores y captar nuevos clientes.

fansite / web de seguidores.
Sitio web creado y mantenido por una persona interesada en una organización, producto o servicio.

fanzine / revista para fanáticos.
Publicación temática realizada por y para aficionados.

fee / cuota.
Contrato anual de pago segmentado por actividad o servicio realizado a una organización.

feedback / retroalimentación.
Toda respuesta o reacción relevante que el receptor envía al emisor de un mensaje.

flack / agente de comunicación.
Especialista en generar información o publicidad para eventos de una organización.

focus group /grupo focal.
Reunión con un grupo de personas dirigidas por un moderador que permite obtener opiniones, ideas o sugerencias sobre un determinado tema. (Ver *test*).

follower / seguidor.
Alguien que sigue a otra persona en una determinada red social y por lo tanto puede ver las publicaciones que realiza.

frame / fotograma.
Cada una de las imágenes instantáneas en las que se divide una película de cine que provocan la sensación de movimiento al ser secuencialmente proyectadas.

freebie marketing / mercadotecnia con regalo.
Estrategia en la que se regala un complemento de una mercancía para que los consumidores adquieran el producto por completo.

freelance / trabajador autónomo.
Profesional que trabaja de manera libre o independiente.

front-end / interfaz de usuario.
Parte del software que interactúa con los usuarios.
(Ver *back-end*).

Full HD / Alta Definición Total.
Formato de resolución usado en la televisión de alta definición.
(Ver HD, HDTV y UHD).

fundraising / captación de fondos.
Planificación estratégica con la finalidad de obtener fondos, recursos o donaciones privadas para su posterior utilización en entidades no lucrativas. (Ver *crowfunding*).

gate keeper / editor.
Profesional que con poder de decisión elige el material que se difundirá públicamente.

geotargeting / geofocalización.
Técnica que permite identificar la localización geográfica de un usuario que abre un correo electrónico, para de esta manera ofrecerle una experiencia personalizada. (Ver GPS).

GPRS / Servicio General de Paquetes vía Radio.
Tecnología de emisión vía satélite por radioenlaces de segunda generación, también llamada 2G. (Ver AMPS, LTE-Advanced y UMTS).

GPS / Sistema de Posicionamiento Global.
Sistema que permite determinar en todo el mundo la posición de un objeto con alta precisión.

greenwashing / ecoblanqueamiento.
Cambio de comportamiento social y comunicativo que las empresas realizan controlando las actividades de las Organizaciones No Gubernamentales con las que mantienen copatrocinios sociales.

grid computing / computación en malla.
Tecnología que permite utilizar de forma coordinada recursos heterogéneos que no están sujetos a un control centralizado, con independencia del lugar donde se encuentren. (Ver *cloud computing*).

GRPS / Índice Bruto de Audiencia.
Unidad de medida del número de exposiciones de una pauta publicitaria por cada cien personas de la población considerada público objetivo.

GSM / Sistema Global para las comunicaciones Móviles.
Sistema técnico mundial libre de regalías de telefonía móvil digital.

guerrilla marketing / mercadotecnia de guerrilla.
Conjunto de estrategias y técnicas ejecutadas por medios no convencionales y sin realizar una alta inversión publicitaria, que consiguen su objetivo a partir del ingenio y la creatividad.

hacker / háker.
Persona con sólidos conocimientos informáticos capaz de introducirse sin autorización en sistemas ajenos. (Ver *cracker*, *pharming* y *phishing*).

hashtag / etiqueta.
Palabra, frase o grupo de caracteres alfanuméricos que se emplea en las redes sociales para agrupar varios mensajes sobre un mismo tema; se identifica fácilmente, ya que inicia con el símbolo #.

HD / Alta Definición.
Formato de imagen, vídeo o sonido con mayor resolución que la definición estándar. (Ver Full HD, HDTV y UHD).

HDTV / Televisión de Alta Definición.
Formato que emite señales televisivas en una calidad digital superior a los sistemas tradicionales analógicos de televisión a color. (Ver Full HD, HD y UHD).

headline / titular.
Título de un texto informativo o frase que sirve de titular en un anuncio publicitario.

heat mapping / mapa de calor.
Herramienta que permite obtener una visión instantánea sobre el nivel visitas que tiene cada componente y contenido de la web.

heavy users / usuarios intensivos.
Individuos que acceden a la red de manera continua y consumen sus servicios en numerosas cantidades.

high profile / perfil alto.
Elevado nivel de audiencia en los medios de comunicación.

hit / éxito.
Número uno en ventas o visualizaciones.

home page / página principal.
Portada inicial que aparece cuando se visita una web.

host / alojamiento web.
Servicio que provee a los usuarios de internet un sistema para poder almacenar información vía web.

hosting / hospedaje web.
Servidor informático que se encarga de guardar una página web y todo su contenido para que sea accesible en internet.

hot line / línea caliente.
Teléfono de contacto directo que ofrece una información importante hacia una organización.

hot spot / zonas calientes.
Selecciones puntuales de una imagen que se convierten en botón.

house organ / revista interna.
Publicación periódica gratuita realizada por el departamento de comunicación de una organización para informar internamente a sus empleados, fomentar su participación e incrementar el sentido de pertenencia de cada uno de ellos. (Ver *newsletter*).

HTML / Lenguaje de Marcas de Hipertexto.
Lenguaje de marcado para la elaboración de páginas web.

hypertext / hipertexto.
Sistema para escribir y mostrar texto que enlaza a información adicional sobre ese texto.

in pack / en paquete.
Premio, cupón o vale de descuento que se encuentra en el interior del envase de un producto. (Ver *kicker*).

influencer / influidor.
Persona con conocimiento, prestigio y presencia en ámbitos en los que sus opiniones pueden influir en el comportamiento de muchas personas. (Ver *instagramer*).

insight / revelación.
Descubrimiento de una percepción con respecto a un problema, dando como resultado una nueva comprensión sobre el mercado. (Ver *consumer insight*).

instagramer / influidor en Instagram.
Usuario de la red social Instagram que es captado por marcas comerciales para promocionar productos y servicios a su comunidad de seguidores. (Ver *influencer* y *youtuber*).

interface / interfaz.
Mecanismo que conecta informática o digitalmente equipos compatibles e incompatibles.

interstitial / cortinilla.
Formato publicitario interactivo que aparece ocupando casi toda la pantalla cuando se ingresa a un sitio web.

interview / entrevista.
Género informativo en modalidad del reportaje y con reproducción de la declaración directa del entrevistado.

intranet / red interna.
Red digital que interconecta internamente los ordenadores de una organización para recibir y enviar información desde un determinado punto emisor.

ISBN / Número Estándar Internacional de Libros.
Identificador único para libros, previsto para uso comercial. (Ver ISSN).

ISSN / Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas.
Número internacional que permite identificar de manera única una colección. (Ver ISBN).

jingle / yingle.
Pieza de música compuesta para acompañar los anuncios de publicidad y que se caracteriza por ser de corta duración y fácil de recordar. (Ver *spot*).

joint venture / alianza estratégica.
Asociación temporal de dos o más organizaciones para acometer un determinado proyecto que no podría ser desarrollado por una sola. (Ver *co-branding*).

junk mail / correo basura.
Envío de correos electrónicos comerciales a personas que no han dado su consentimiento para que se realizase tal práctica. (Ver *spam*).

key visual / lineamiento visual.
Referencia visual que determina los elementos fundamentales que debe contener una campaña. (Ver *mood board*).

keyword / palabra clave.
Término que se ha introducido en una búsqueda a través de internet.

keyword targeting / focalización publicitaria.
Sistema que escoge la publicidad que le aparecerá al usuario según la palabra clave que introduzca en los buscadores.

kicker / sorpresa.
Incentivo o regalo que trae un producto. (Ver *in pack*).

kick-off / puntapié inicial.
Primera reunión entre el dueño de un negocio y su cliente.

know how / conocimiento fundamental.
Saber hacer las cosas o profesionalidad de una organización.

laggards / consumidores rezagados.
Categoría de consumidores que adoptan un producto al final, ya que son reservados al aceptar las novedades que ofrece el mercado.

landing page / página de aterrizaje.
Resume de manera simple y entendible la oferta de un producto o promoción que realiza una organización.

layer / flotante.
Formato publicitario que se superpone al contenido de la página y se mueve por la pantalla.

layout / boceto.
Maqueta que se debe remitir al medio de comunicación sobre lo que será una composición informativa o publicitaria.

lead / contacto.
Persona u organización que ha demostrado interés en la oferta de la marca completando una solicitud con información adicional.

lead scoring / calificación de contactos.
Técnica de marketing automatizada que tiene como objetivo calificar a los clientes potenciales de una base de datos en función de su grado de proximidad con el cliente ideal.

leitmotiv / tema central.
Tema principal o recurrente en una pieza publicitaria que sirve para crear una campaña de comunicación.

listserve / lista de correos electrónicos.
Listado de direcciones de correo electrónico que es utilizado para enviar un mismo mensaje.

LMDS / Sistema de Distribución Local Multipunto.
Tecnología de conexión vía radio inalámbrica que distribuye señales a múltiples usuarios en un entorno local.

lobbying / cabildear.
Actividad realizada por persona o grupo que pretende influir y presionar al poder político para hacer prevalecer sus intereses.

login / ingreso.
Proceso que controla el acceso individual a un sistema informático mediante la identificación del usuario. (Ver *password* y PIN).

low profile / perfil bajo.
Poco nivel de audiencia en los medios de comunicación.

LTE-Advanced / Sistema Avanzado de Evolución a Largo Plazo.
Tecnología de telecomunicación de alta velocidad, también llamada 4G. (Ver AMPS, GPRS y UMTS).

magazine / magacín.
Programa de radio o televisión de contenido muy variado.

mailing / envío masivo.
Envío de información publicitaria o propagandística a través del correo postal o electrónico. (Ver *bus mailing*).

market research / investigación de mercado.
Conjunto de acciones científicas y experimentales que buscan obtener conocimientos sobre un determinado sector del mercado.

management / administración.
Gestión de todas las actividades asignadas por la división de trabajo dentro de una empresa.

manager / gerente.
Persona que lleva la gestión administrativa de una organización.

marketing / mercadotecnia.
Conjunto de estrategias destinadas a la satisfacción de las necesidades y deseos de individuos y organizaciones, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidad.

marketing mix / mezcla de mercadotecnia.
Combinación de los diferentes medios y herramientas comerciales o de mercadotecnia que dispone una organización para alcanzar los objetivos fijados.

mass media / medios de comunicación.
Canales compuestos por tecnologías organizativas, a través de los cuales se transmiten mensajes dirigidos a un gran público.

master / maestría.
Curso y título académico de posgrado con una duración concreta que busca ampliar y desarrollar los conocimientos.

m-commerce / comercio móvil.
Compra y venta de bienes y servicios que se llevan a cabo con dispositivos móviles conectados a internet, como tabletas o teléfonos inteligentes. (Ver *e-commerce* y *s-commerce*).

media planning / plan de medios.
Consiste en la búsqueda, definición y selección de la mejor combinación de medios para lograr los objetivos de la campaña mercadológica.

mention / mención.
Forma de citar en redes sociales a un usuario concreto, de tal forma que reciba una notificación.

merchandising / promoción comercial.
Estrategias de diseño, embalaje o colocación del producto en el punto de venta final, con vistas a favorecer su atractivo y sus ventas.

microsite / micrositio.
Formato de anuncio amplio que aparece en la pantalla para ofrecer información sobre una organización y sus productos o servicios, e incluye un enlace que conduce al sitio del anunciante.

MMS / Servicio de Mensajería Multimedia.
Estándar de mensajería que permite a los teléfonos móviles enviar y recibir contenidos multimedia, incorporando sonido, vídeo o fotos. (Ver *e-mail*, EMS y SMS).

mobile first / prioridad móvil.
Diseñar una web considerando primero las características de los teléfonos móviles. (Ver *responsive design*).

monitoring / monitoreo.
Técnica de comunicación que realiza el seguimiento y archivo del desempeño mediático de un tema, persona, organización, campaña publicitaria o marca, en medios impresos y digitales para su posterior análisis cualitativo y cuantitativo. (Ver *clipping*).

mood board / guion inspiracional.
Herramienta que ayuda a ordenar las ideas en un prototipo previo a la realización del proyecto. (Ver *concept board*, *key visual* y *storyboard*).

multiscreening / usuario multipantalla.
Persona que mientras tiene la televisión encendida se encuentra conectada a internet mediante algún otro dispositivo.

naming / nombramiento.
Proceso creativo mediante el cual se crea el nombre de una marca.

networking / hacer contactos.
Establecimiento de una red de relaciones con el objetivo de identificar y establecer sinergias.

new / noticia.
Información sobre algo que se considera interesante divulgar.

newbie / novato digital.
Principiante o nuevo usuario de ordenadores relacionado con actividades dentro de internet.

newsletter / boletín.
Publicación destinada a tratar asuntos científicos, artísticos, históricos o literarios, generalmente difundida por alguna empresa. (Ver *house organ*).

NFC / Comunicación de Campo Cercano.
Tecnología de comunicación inalámbrica, de corto alcance y alta frecuencia, que permite el intercambio de datos entre dispositivos. (Ver *contactless payment*).

OCR / Reconocimiento Óptico de Caracteres.
Sistema de digitalización o reconocimiento óptico de textos.

off / fuera.
Técnica de producción en donde las acciones realizadas están fuera de la información, pantalla, visión o sonido.

off the record / fuera de grabación.
Se utiliza para aludir a todo aquello que no se puede o debe mencionar ni publicar.

offset / ófset.
Procedimiento de impresión para grandes tiradas profesionales, en el que la imagen entintada es traspasada a un rodillo de caucho que, a su vez, la imprime sobre distintos soportes.

on / dentro.
Técnica de producción en donde las acciones realizadas están dentro de la información, pantalla, visión o sonido.

one to one / persona a persona.
Comunicación referida entre dos personas.

outdoor training / entrenamiento al aire libre.
Actividades en espacios abiertos con una metodología propia de la educación experiencial que ayudan a mejorar el entorno personal y profesional.

outsourcing / tercerización.
Técnica comercial utilizada por una empresa para confiar parte de su actividad o su producción a otras empresas externas. (Ver *co-sourcing*).

over the top / de transmisión libre.
Servicios y contenidos, principalmente de audio y vídeo, que se transmiten a través de infraestructuras de banda ancha sin que las operadoras y sus redes puedan controlar su distribución.

p2p / red entre pares.
Red o sistema de ordenadores en la que todos actúan simultáneamente como clientes y servidores respecto a los demás nodos de la red.

packaging / empaquetado.
Sistema coordinado que utiliza el arte y la tecnología para contener y proteger los productos durante el proceso de transporte, almacenaje, logística, venta y empleo final por parte del cliente. (Ver *branding*).

pageview / página vista.
Número de páginas vistas que se cargan o se vuelven a cargar en un navegador. (Ver *pageviews*).

pageviews / páginas vistas.
Métrica que define el número total de páginas vistas. (Ver *pageview*).

pantone / pantone.
Sistema de definición cromática que se basa en una paleta o gama de colores denominados comúnmente como sólidos.

paperboard / rotafolio.
Tablero o panel usado para la presentación de información en hojas grandes de papel.

partner / socio.
Individuo que, junto con una o varias personas, desempeña un papel importante en la propiedad, administración o creación de una empresa.

pasquinade / pasquín.
Escrito anónimo, de carácter satírico y contenido político, que se fija en sitio público.

passport / inicio de sesión único.
Servicio que permite a los usuarios autenticarse en múltiples sitios web, dispositivos y aplicaciones usando una cuenta única.

password / contraseña.
Código secreto que permite el acceso a ciertas funciones informáticas. (Ver *login* y PIN).

performance management / gestión del rendimiento.
Sistema integrado de métodos que permiten conocer el desempeño de una organización.

performance marketing / mercadotecnia de resultados.
Disciplina en la que el anunciante solo paga por los resultados obtenidos.

pharming / fraude electrónico.
Estafa a través de internet. (Ver *cracker*, *hacker* y *phishing*).

phishing / suplantador.
Abuso informático que se comete mediante el uso de un tipo de ingeniería social, caracterizado por intentar adquirir información confidencial de forma fraudulenta. (Ver *cracker*, *hacker* y *pharming*).

photocall / fotocol.
Elemento decorativo temático diseñado para que las personas que asisten a un evento puedan tomarse fotografías y crear recuerdos sobre la marca o productos y servicios.

PIN / Número de Identificación Personal.
Clave de acceso utilizada para confirmar una identidad en un sistema remoto. (Ver *login* y *password*).

pixel / píxel.
Elemento informático o digital más pequeño de una trama, que constituye una unidad básica de una imagen digitalizada en pantalla a base de puntos de color o escala de grises.

placet / plácet.
Opinión favorable o aprobación que es concedida por parte de una organización para realizar una determinada acción.

planner / director estratégico.
Profesional responsable de realizar la estrategia de comunicación.

planning / planificación.
Plan establecido o esquema de organización de actividades u operaciones en el que están señaladas diferentes acciones de trabajo o actividad de un departamento de la organización.

playback / pregrabado.
Sonorización de un número musical con una grabación hecha previamente.

PLC / Comunicaciones mediante Línea de Potencia.
Sistema de transmisión y recepción digital de información en banda ancha por enchufe a red eléctrica de baja tensión, a través de un decodificador.

pop-up / ventana emergente.
Elemento informativo o publicitario en forma de ventana que se abre de forma automática.

portfolio / portafolio.
Documento que muestra diferentes aspectos globales o parciales de una persona o de una organización.

post /publicación.
Noticia o texto que se publica en un blog o en el muro de una red social.

poster / cartel.
Lámina de papel que se exhibe con fines publicitarios o informativos y es colocada en paredes y demás sitios visibles para ser observado por el público. (Ver *billboard*).

postest / prueba posterior.
Producto de control que permite evaluar el impacto y la eficacia de una campaña y en qué medida se cumplieron los objetivos comunicacionales. (Ver *pretest* y *test*).

power brand / marca poderosa.
Marca fuerte y distintiva que opera en un único sector del mercado, y que suele ser una marca global.

PPC / Pago Por Clic.
Publicidad en internet donde se paga por clic.

PPV / Pago Por Visión.
Sistema de emisión televisiva en el que se paga por ver un determinado programa.

precision marketing / mercadotecnia de precisión.
Técnica de mercadotecnia que consiste en ampliar el conocimiento sobre los clientes y, en función de dicho conocimiento, personalizar la oferta al máximo posible.

press book / carpeta de prensa.
Carpeta con información técnica que detalla más a fondo un proyecto o temas concretos. (Ver *rapport*).

presume marketing / mercadotecnia de suposición.
Técnica basada en el pensamiento de que las personas necesitan sentir la presencia del producto.

pretest / prueba previa.
Evaluación previa en una campaña que tiene como principal objetivo determinar la factibilidad de las acciones. (Ver *postest* y *test*).

prime time / horario de máxima audiencia.
Franja horaria audiovisual o digital de mayor audiencia.

pro-consumer / prosumidor.
Individuo que consume y produce contenidos sobre productos o servicios y que resultan útiles para otros potenciales consumidores. (Ver *smart-consumer*).

product placement / emplazamiento publicitario.
Técnica publicitaria que consiste en insertar un producto, mensaje o marca dentro de la narrativa de un programa de televisión, radio o internet.

public affairs / asuntos públicos.
Son las relaciones de una organización con los públicos de interés, estos individuos o grupos pueden ser internos o externos.

publicity / publicidad no pagada.
Recurso que permite a las empresas la aparición en los medios de comunicación sin que exista un pago publicitario de por medio.

publicity stunt / truco publicitario.
Evento realizado para atraer la atención del público hacia los organizadores del evento o su causa.

pull marketing / mercadotecnia de tracción.
Estrategia promocional donde los consumidores buscan activamente un producto, establecen sus necesidades, y el vendedor presenta anuncios o productos en respuesta a la búsqueda del consumidor.

push maketing / mercadotecnia de empuje.
Estrategia promocional en la cual un negocio expone su mensaje a clientes potenciales sin que estos necesariamente tengan el deseo o interés de comprar el producto o conocer más sobre él.

ranking / clasificación.
Lista realizada en base a variables como audiencias, facturación, ventas, número de clientes, entre otras.

rappel / rápel.
Descuento que se concede a un cliente por alcanzar un volumen de compras determinado durante un periodo de tiempo establecido.

rapport / informe comercial.
Información que los equipos comerciales deben emitir a las empresas periódicamente sobre los pedidos que se han hecho, las visitas, la situación de mercado, las opiniones del mercado, y todos aquellos datos que se consideren válidos para el departamento comercial. (Ver *press book*).

rating / índice de audiencia.
Número que representan la cantidad de personas que integran la audiencia de un medio de comunicación o un programa en un período de tiempo determinado

reach / alcance.
Número o porcentaje de usuarios únicos que fue expuesto a una campaña o visitó una plataforma digital en un tiempo determinado.

reason to believe / razón para creer.
Fase de la estrategia de comunicación que explica la razón que da credibilidad a una marca.

reason why / razón del porqué.
Fase de la estrategia de comunicación que explica la razón que da una marca para que el consumidor se crea lo que le dice.

responsive design / diseño web adaptable.
Diseño y desarrollo orientado a adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que el usuario utilice para visitarlas. (Ver *mobile first*).

retweet / retuiteo.
Republicar un tuit de otra persona.

road show / gira itinerante.
Encuentro o presentación promocional que se desarrolla en una serie de lugares.

roaming / itinerancia.
Posibilidad de un dispositivo inalámbrico de utilizar una cobertura de red distinta de la principal para atender llamadas telefónicas o navegación en internet.

router / rúter.
Aparato técnico o módem de conexión múltiple que procesa y convierte las señales digitales en analógicas para su transmisión codificada a distancia, ya sea alámbrica o inalámbricamente.

sampling / muestreo.
La práctica de seleccionar un subconjunto de datos del tráfico y de los informes según las tendencias detectadas en el conjunto de muestra.

scanner / escáner.
Aparato que permite convertir un texto o una imagen en un conjunto de datos procesables por una computadora o un sistema informático.

s-commerce / comercio social.
Ramificación del comercio electrónico que utiliza las redes sociales virtuales para promover y/o facilitar la compra y venta de productos y servicios. (Ver *e-commerce* y *m-commerce*).

SDTV / Definición Estándar de Televisión.
Formato estándar de televisión digital. (Ver Full HD, HD, HDTV y UHD).

seeding / plantar ideas.
Propagación y distribución de una idea a través de los medios que ofrece internet.

selfie / autofoto.
Fotografía que uno toma de sí mismo, solo o en compañía de otros, en general con teléfonos móviles.

SEM / Mercadotecnia en Buscadores Web.
Posicionamiento pago en motores de búsqueda en internet. (Ver SEO).

senior / sénior.
Profesionales en una compañía que tienen más experiencia que otros.

SEO / Optimización en Buscadores Web.
Posicionamiento orgánico en motores de búsqueda en internet. (Ver SEM).

share / cuota de pantalla.
Porcentaje estimado de espectadores de un programa, en relación con el número de audiencia. (Ver GRP y *rating*).

shoot / toma.
Conjunto de cuadros ejecutados durante un período de tiempo ininterrumpido. En las tomas de una película se utilizan ángulos, transiciones y cortes para expresar aún más las emociones, las ideas y el movimiento.

shopbot / agente comercial web.
Herramienta de ayuda para la búsqueda, comparación y compra de productos y servicios a través de la red.

short list / lista corta.
Clasificación realizada por una persona cuando decide comprar algo o contratar un servicio, generando en su cabeza una lista con pocas opciones.

showroom / sala de exhibición.
Espacio de exposición en el que los fabricantes exponen sus novedades a los compradores. Puede ser permanente o temporal, y estar dirigido exclusivamente a profesionales o al público en general.

slogan / eslogan.
Frase de fácil recuerdo asociada a una organización, producto o marca, que contiene el eje central de campaña durante un tiempo determinado. (Ver *ad copy*, *baseline*, *body copy*, *copy* y *copywriter*).

smart-consumer / consumidor inteligente. Individuo que se informa antes de comprar un producto o servicio. (Ver *pro-consumer*).

smartphone / teléfono inteligente.
Teléfono celular con pantalla táctil, que permite al usuario conectarse a internet, gestionar cuentas de correo electrónico e instalar aplicaciones. (Ver *app*).

SMS / Servicio de Mensajes Cortos.
Sistema de creación y transmisión de mensajes cortos de textos entre teléfonos celulares. (Ver *e-mail*, EMS y MMS).

social marketing / mercadotecnia social.
Enfoque utilizado por organizaciones no lucrativas para desarrollar actividades destinadas a cambiar o mantener el comportamiento de las personas en beneficio de las personas y la sociedad en general.

social selling / venta social.
Técnica que permite utilizar las redes sociales para encontrar, conectar, entender y fomentar las relaciones con potenciales clientes.

spam / correo basura.
Correo electrónico no solicitado que se envía a un gran número de destinatarios con fines publicitarios o comerciales. (Ver *junk mail*).

sponsor / patrocinio.
Estrategia publicitaria en forma de convenio en la que ambas partes involucradas reciben un beneficio y una de ellas cubre los gastos de una actividad a cambio de cierta publicidad.

spot / anuncio.
Película digital publicitaria de corta duración que se emite en soportes audiovisuales sobre un producto o marca. (Ver *jingle* y *storyboard*).

staff / personal.
Conjunto de trabajadores fijos de un organismo o empresa, que en muchos casos ocupan puestos de mayor visualización.

stakeholders / grupos de interés.
Cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la organización.

stand / estand.
Instalación dentro de un mercado o feria, para la exposición o venta de productos o servicios.

standard / estándar.
Modelo, patrón o referencia que puede convertirse en un documento establecido por consenso, aprobado por un cuerpo reconocido para que se use repetidamente.

start-up / empresa emergente.
Organización que busca emprender un nuevo negocio que generalmente se apoya en la tecnología.

stop motion / movimiento pausado.
Técnica de animación que consiste en aparentar el movimiento de un objeto estático a través de una serie de imágenes fijas sucesivas.

stopper / exhibidor de productos.
Elementos publicitarios situados en el punto de venta, que sobresalen del lineal donde se encuentran colocados los productos a los que se hace referencia. (Ver *display*).

storyboard / guion gráfico.
Conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse. (Ver *concept board*, *key visual* y *mood board*).

storytelling / narración de historias.
Arte de transmitir relatos valiéndose del uso de palabras y/o imágenes, normalmente utilizando la improvisación y distintos adornos estilísticos.

street marketing / mercadotecnia callejera.
Acciones creativas que se desarrollan en espacios urbanos y conectan con el público de una forma directa. (Ver *billboard*).

tablet / tableta.
Computadora portátil de mayor tamaño que un teléfono inteligente, integrada en una pantalla táctil con la que se interactúa con los dedos o un estilete, sin necesidad de teclado físico ni ratón.

target / público objetivo.
Grupo de personas al cual se dirige una marca, campaña, producto o servicio.

team /equipo.
Grupo de personas con habilidades que son complementarias y necesarias para realizar una tarea, trabajo o proyecto.

team building / construcción de equipos.
Conjunto de actividades que busca formar equipos de alto desempeño y fortalecer y mejorar las relaciones interpersonales dentro de un grupo.

team room / sala de equipo de trabajo.
Espacio privado de un equipo de trabajo dedicado para la realización y presentación de proyectos.

teleconference / teleconferencia.
Comunicación telefónica entre dos o más personas para el intercambio de mensajes. (Ver *videoconference*).

telemarketing / telemercadeo.
Técnica de mercadotecnia que utiliza el teléfono para realizar una encuesta por parte de una organización para obtener una concreta respuesta comercial o de venta. (Ver *bus marketing*).

test / prueba.
Conjunto de diferentes evaluaciones cualitativas y cuantitativas realizadas al público objetivo para conocer la aceptación en el mercado de una información, concepto, marca, producto, actividad o servicio para la toma de decisiones posteriores. (Ver *focus group*, *postest* y *pretest*).

think tank / laboratorio de ideas.
Actividad que tiene como objetivo ser un contrapeso de los Estados, y para ello se nutren de políticos, empresarios e investigadores.

timing / cronograma.
Establecimiento de fechas o plazos para realizar un trabajo o acción en una organización. (Ver *dateline*).

top of mind / notoriedad máxima.
Mayor nivel de notoriedad que puede tener una marca. (Ver *brand awareness*).

tracking / seguimiento.
Rastreo y control de un proceso de comunicación.

trade marketing / mercadotecnia de distribución.
Técnica de mercadotecnia que se ocupa de aumentar la demanda del producto por parte del vendedor mayorista, minorista, o el nivel de distribuidor en lugar de a nivel del consumidor.

trading / comercio.
Técnica de compra y venta de acciones en el mercado bursátil.

training / entrenamiento.
Colaboración profesional en régimen de prácticas realizadas durante un tiempo específico, para estudiantes normalmente de último año de carrera en una empresa afín a sus estudios.

travelling / trávelin.
Plataforma móvil sobre la cual se monta la cámara y se realiza un desplazamiento mecánico o digital para seguir al objeto filmado.

trending topic / tendencia.
Palabras o frases más empleadas en la red social Twitter en un momento determinado. Su forma abreviada es TT.

troll / trol.
Alborotador o polemista que, a través de mensajes en foros digitales, intenta molestar o provocar al resto de los participantes.

tryversiting / experiencia de producto.
Uso del producto como soporte publicitario, una evolución del muestreo centrado en un público objetivo y en un momento y un lugar escogidos, convirtiendo la prueba de un producto en una experiencia. (Ver *cross-channel strategy* y *experiential marketing*).

UCD / Diseño Centrado en el Usuario.
Diseño de página web que se centra en el usuario, que pretende crear entornos que lo conecten a nivel emocional y experiencias que vayan más allá de los productos o servicios.

UGC / Contenido Generado por los Usuarios.
Cualquier tipo de contenido creado por los seguidores de una marca.

UHD / Ultra Alta Definición.
Formato que emite señales televisivas en una calidad de resolución 16 veces superior que la Alta Definición, que incluye las señales digitales 4K y 8K. (Ver Full HD, HD y HDTV).

umbrella brand / marca paraguas.
Marca que tiene productos o servicios que se extienden para operar en diferentes sectores del mercado, pero todos comparten el mismo nombre de marca.

UMTS / Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles.
Telefonía multimedia e inalámbrica de tercera generación por internet, también llamada 3G. (Ver AMPS, GPRS y LTE-Advanced).

URL / Localizador de Recursos Uniforme.
Secuencia de caracteres que sigue un estándar y que permite denominar recursos dentro del entorno de internet para que puedan ser ubicados.

USP / ventaja diferencial.
Propuesta única o diferente de todos los competidores, de valor creado para el cliente.

UX / experiencia de usuario.
Conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario con un entorno o dispositivo concreto.

vending / venta automática.
Venta que se realiza a través de máquinas expendedoras.

VHS / Sistema de Vídeo en Casa.
Formato técnico de almacenamiento y visionado de imágenes y sonidos en soporte magnético.

video on demand / vídeo bajo demanda.
Vídeo profesional por petición de un cliente. (Ver *communication on demand*).

videotelephony / videoconferencia.
Comunicación audiovisual entre dos o más personas para el intercambio de mensajes. (Ver *teleconference*).

voice over / voz por encima.
Locución realizada por un narrador que no aparece en imagen.

WAP / Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas.
Estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan comunicaciones inalámbricas.

web traffic / tráfico web.
Cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web.

webcam / cámara web.
Cámara digital fotográfica y de vídeo conectada a un ordenador que permite transmitir imágenes por internet.

weblog / bitácora.
Sitio web personal o conjunto instantáneo de páginas web personales, modificables, interactivas y extensibles que sirven para guardar y enviar información a diferentes individuos.

webmaster / desarrollador web.
Responsable del contenido web dentro de una organización.

website / sitio web.
Colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio o subdominio de internet.

WEP / Privacidad Equivalente a Cableado.
Sistema de cifrado gratuito de transmisión y recepción de información inalámbrica con control de seguridad.

youtuber / influidor en YouTube.
Individuos que utilizan la red social de vídeos YouTube para postear cualquier tipo de contenido que genera un elevado número de reproducciones. (Ver *Influencer* e *Instagramer*).

zapping / zapeo.
Cambio reiterado de canal de televisión a través de un mando electrónico.

zigzag / acordeón.
Forma de plegado de una pieza publicitaria.

zoom - zum.
Objetivo de distancia focal variable, que aleja o acerca una imagen.